

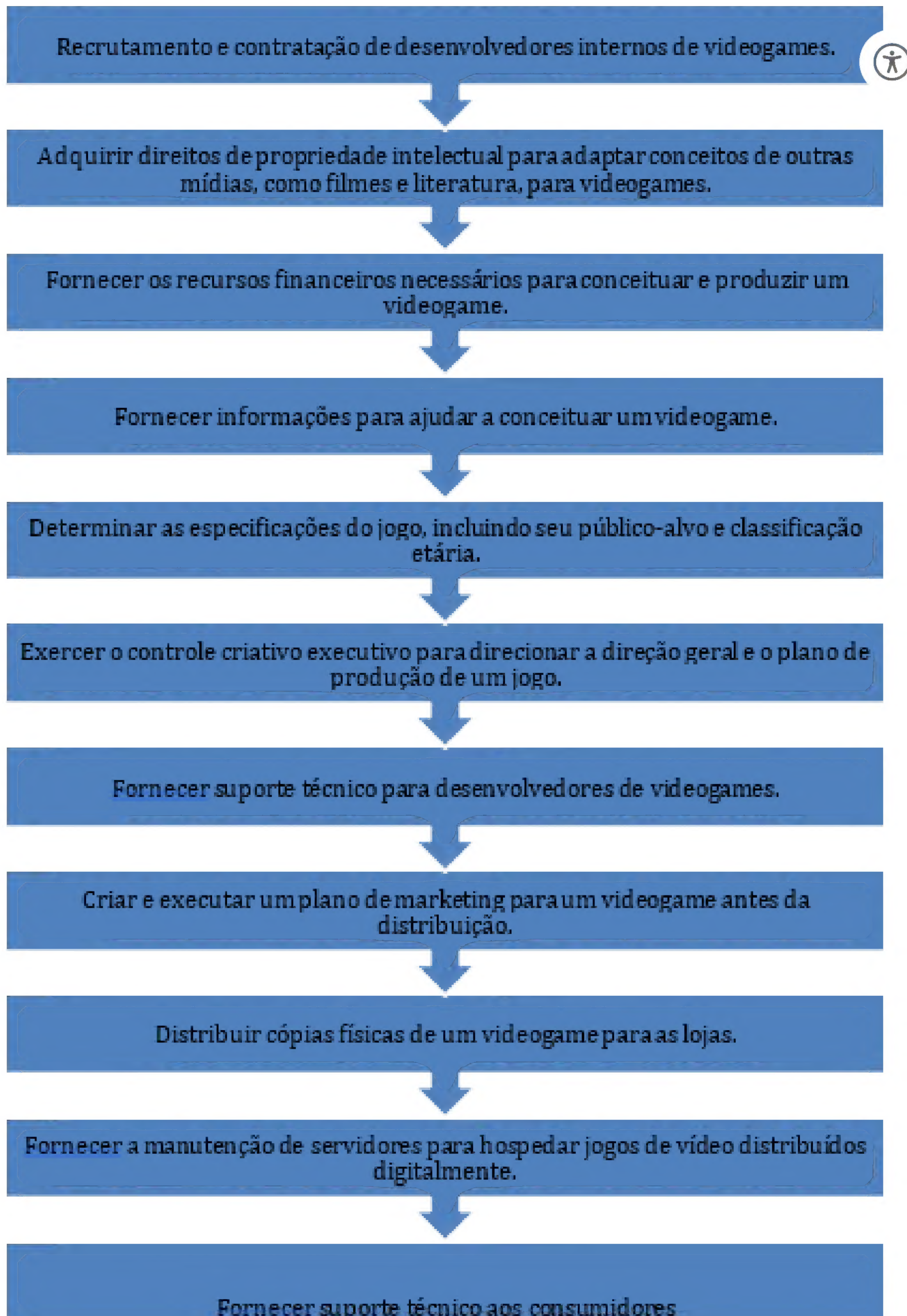


Processo de Publicação do Jogo

A publicação de jogos é o processo de produção de um videogame, do início ao fim. Frequentemente, envolve o financiamento do desenvolvimento de videogames, seja contratando e pagando desenvolvedores dentro da editora ou contratando estúdios de desenvolvimento dedicados. Em alguns casos, envolve também a conceituação de ideias. A publicação também envolve a comercialização de projetos acabados para o público e o fornecimento de canais para distribuição, seja física ou digital (ARRUDA, 2014).

Embora alguns editores tenham desenvolvedores internos, a publicação de jogos é essencialmente diferente do desenvolvimento de jogos, pois o processo de desenvolvimento envolve a criação da visão artística de um jogo, incluindo seu estilo, tom e enredo. Inclui arte e design, criando recursos jogáveis e escrevendo o código que permite ao jogador controlar e interagir com o jogo. Assim, desenvolver um jogo é como criar um produto, enquanto publicá-lo é como gerenciar um projeto.

De acordo com ARRUDA (2014), os editores de jogos são geralmente grandes empresas que usam seus recursos para financiar, apoiar, comercializar e distribuir videogames. Os deveres específicos do editor podem variar dependendo do tipo de empresa e do relacionamento que mantém com desenvolvedores externos, mas podem incluir alguns ou todos os seguintes:



Fonte: Autora

Em troca desses serviços, o editor normalmente recebe receita das vendas do jogo até que o produto recupere o valor investido em seu

desenvolvimento e marketing. Após esse processo, a receita é dividida de acordo com o contrato de royalties entre o editor e o desenvolvedor.

O editor geralmente também adquire os direitos autorais dos jogos que eles oferecem. Se o desenvolvedor mantiver os direitos autorais, o editor pode ter a primeira opção de publicar sequências e outros produtos subsequentes.

1. Steam

Além dos jogos, o Steam permite que você publique aplicativos não relacionados a jogos, como utilitários de criação de jogos e software de criação de conteúdo. Porém, devemos nos atentar ao fato de que a maioria do público do Steam são jogadores e buscam projetos específicos que atendam às suas necessidades.

De acordo com XSOLLA (2023), normalmente, o Steam publica jogos de PC pagos ou gratuitos. No entanto, outra categoria vem crescendo rapidamente há vários anos - jogos VR e experiências VR. O Steam define com precisão o que não é permitido em sua plataforma. Aplicativos de spam e phishing, software que tente obter dados do usuário ou que viole leis e direitos autorais são proibidos. Conteúdo que explore crianças e seja considerado ofensivo, como pornografia ou discurso de ódio, também são proibidos. O conteúdo adulto é permitido com os rótulos adequados e as configurações de restrição de idade. Certifique-se de que seu jogo atenda a essas diretrizes, pois todos os aplicativos são revisadosmanualmente.

O nome de registro de sua empresa ou seu próprio nome legal precisa ser exatamente como aparece em todos os seus documentos oficiais (especialmente sua conta bancária). Se você é uma empresa individual, escolha Empresa Individual para o Formulário da Empresa e digite o

endereço onde você ou sua empresa está registrado. É extremamente importante fornecer as informações corretas nesse campo.



O Steam cobra uma taxa para cada jogo que você enviar no Steam Direct. Embora não seja reembolsável, essa taxa pode ser recuperada assim que seu produto gerar pelo menos 1.000 dólares em receita bruta na Steam Store.

Segundo XSOLLA (2023), existem várias etapas para o processo de liberação. Eles são suportados por duas listas de verificação que você receberá assim que se registrar como desenvolvedor/editor. Primeiro, você preparará sua loja e, em seguida, preparará a construção do jogo. Depois de concluído, você pode apertar o botão de liberação para entrar no ar.

2. App Store

Criar um novo aplicativo é empolgante. Contudo, disponibilizá-lo para os usuários nem sempre é fácil. Primeiro, você precisa publicar seu software na App Store para que fique disponível para download. As duas principais lojas de aplicativos são a Apple App Store e a Google Play Store – uma para iOS e outra para Android. Porém, cada plataforma tem suas próprias diretrizes, regras e requisitos de envio.

Vale a pena notar que a Apple é muito particular com suas diretrizes de envio. Você precisará de uma conta de desenvolvedor da Apple e a listagem da App Store deve corresponder à funcionalidade do aplicativo. Existem muitos outros pequenos detalhes que a Apple leva em consideração antes de aprovar os aplicativos. Isso porque a Apple quer proteger seus usuários. A empresa quer que sua base de usuários se sinta confortável sabendo que qualquer programa baixado da Apple App Store é seguro e não danifica seus dispositivos (HINDI, 2023).

Enviar seu aplicativo iOS para a App Store é o estágio final de desenvolvimento. Até agora, ele já deve ter sido criado, testa exaustivamente e você deve ter um nome de aplicativo que esteja confiante em usar. Se seu programa ainda estiver em desenvolvimento, não há nada de errado em aguardar o envio para a App Store. Apenas saiba que é muito cedo para tomar qualquer uma dessas medidas. A Apple não aprovará nenhum aplicativo inacabado para a loja, mesmo que você tenha todas as outras informações necessárias para a listagem (HINDI, 2023).

Os envios de aplicativos devem ter apenas conteúdo criado por você ou que você tenha autoridade adequada para usar. Se você estiver usando conteúdo de outra fonte sem as devidas licenças ou permissões legais, pode ser motivo para rejeitar seu aplicativo da App Store ou removê-lo da App Store.

Você também precisará ter uma conta de desenvolvedor da Apple e um ID. Enviar seu aplicativo a partir de um computador executando o macOS não é um requisito, mas é definitivamente comum, considerando o software e as ferramentas que você usará. Por exemplo, se estiver usando o Xcode para criar um aplicativo iOS para iPhone e iPad, você pode tomar medidas para preparar seu software para publicação diretamente no IDE (HINDI, 2023).

3. Google Play

Os aplicativos para Android são uma ótima maneira de tornar sua empresa mais acessível aos clientes. Com a ajuda do Google Play, você pode publicar um aplicativo compatível com todos os dispositivos Android e adicioná-lo como um novo fluxo de receita para sua empresa.

A Google Play Store é a loja de aplicativos oficial para dispositivos Android, desenvolvida e mantida pelo Google. É o maior mercado de programas móveis e uma das maneiras mais fáceis de distribuir seu aplicativo para um

público amplo. Para publicar seu aplicativo, você precisa criar uma conta de desenvolvedor do Google (FANCHI, 2022).



A Google Play Store possui mais de 10 bilhões de downloads. Além disso, os usuários do Android dependem exclusivamente desse canal para baixar programas e jogos. Segundo PATEL (2023), inclui mais de 3,5 milhões de aplicativos Android para você escolher.

Há uma variedade de abordagens para criar um aplicativo móvel Android. Os codificadores podem criar um aplicativo nativo usando a linguagem de programação Java ou a linguagem Kotlin mais recente. Você também pode desenvolver frontends Android (UIs) com React Native, Flutter e outras linguagens de plataforma cruzada.

Depois que o aplicativo for desenvolvido, você precisará se inscrever em uma conta de desenvolvedor do Google para publicá-lo na Google Play Store.

Depois de se registrar, você deverá fazer login no Play Console para criar seu aplicativo. Você verá a tela principal do seu console que exibe todos os seus projetos. Para criar um novo projeto, clique em "Create Application". Você será solicitado a selecionar um idioma padrão para seu aplicativo e o nome que deseja que apareça no Google Play (você poderá alterar o nome posteriormente) (FANCHI, 2022).

Em seguida, você precisará especificar se é um programa ou um jogo. Você poderá alterar isso mais tarde. Você também especificará se seu aplicativo é gratuito ou pago. Um software freemium possui download gratuito, mas inclui atualizações ou complementos pagos. Se seu aplicativo for freemium ou suportado por anúncios, você ainda indicará que é gratuito neste momento.

Em seguida, você deve fornecer um endereço de e-mail no qual os usuários da Play Store possam entrar em contato com você em relação ao aplicati Por fim, você precisará visitar a seção "Declarações", onde conhecerá as declarações de "Políticas do programa para desenvolvedores" e "Leis de exportação dos EUA" e, em seguida, aceitará os Termos de serviço de assinatura de aplicativos do Google Play (FANCHI, 2022).

4. Publicação de jogos em console

Para ajudar os desenvolvedores independentes, a Sony lançou um guia sobre como apresentar melhor seu projeto para o PlayStation e aumentar as chances de conseguir uma parceria (OBEDKOV, 2021).

De acordo com OBEDKOV (2021), é necessário se registrar no site PlayStation Partners, escolher um tipo de parceria e preencher as informações sobre seu estúdio/empresa. A Sony diz que fazer o Plano do Projeto (ou "elevator pitch", como a empresa chama) é uma das etapas mais importantes. Em vez de se aprofundar nos detalhes do jogo, os desenvolvedores devem fornecer informações sobre o estilo, cronograma de lançamento, planos de plataforma e alguns dos principais recursos do jogo.

Os desenvolvedores, cujos aplicativos são aprovados pela Sony, obtêm acesso às ferramentas de back-end da plataforma. No entanto, tornar-se um parceiro PlayStation não garante que o jogo seja publicado ou totalmente suportado pela Sony. É quando um estúdio independente pode precisar de um pitch mais detalhado.

A partir desse contexto, de acordo com OBEDKOV (2021), seguem algumas dicas de pitching da Sony:



- Forneça uma breve descrição de um jogo, destacando seus recursos e coisas que o tornam único e adequado para o PlayStation.
- Apresente a equipe para que a Sony saiba quem está trabalhando em um jogo e quais são seus antecedentes.
- A melhor maneira de apresentar um jogo a um editor é fornecer um protótipo funcional ou uma construção.
- A empresa aconselha os desenvolvedores independentes a responder algumas perguntas relacionadas aos negócios. Por exemplo, plataformas de destino além de PS, cronograma de marketing, modelo de negócios (premium, F2P, GaaS etc.), planos para suporte pós-lançamento, mercados e idiomas de destino. Isso ajudará o editor a entender melhor sua visão criativa e estratégia de desenvolvimento.
- A Sony também observa que conseguir um acordo de publicação nem sempre é a melhor opção. A empresa está pronta para encontrar outras maneiras de apoiar os desenvolvedores independentes em seu caminho.

Fonte: Adaptado de OBEDKOV (2021).

Statt (2017) apresenta que a Microsoft anunciou uma nova iniciativa para permitir que qualquer desenvolvedor de jogos crie e venda jogos em sua plataforma Xbox sem ter que passar por nenhum dos canais preexistentes da empresa. O Xbox Live Creators Program, como é chamado, foi projetado para permitir que uma equipe independente ou um desenvolvedor solo pegue um Xbox de varejo, que também funciona como um kit de desenvolvimento, e o use para criar e autopublicar o título no mercado do Xbox. Antes os desenvolvedores tinham que fazer parte de uma empresa estabelecida de desenvolvimento de jogos ou mídia, ou tinham que se inscrever por meio do programa de jogos indie ID@Xbox da Microsoft para receber recursos de autopublicação.

Ainda de acordo com Statt (2017), o Programa de Criadores ainda permite que você acesse as tabelas de classificação e os recursos de bate-papo em grupo do Xbox. Em uma possível desvantagem, os jogos listados por

meio do programa serão mantidos em uma seção separada da Xbox Store, o que pode limitar sua exposição para atingir um público tão amplo quanto os títulos ID@Xbox.

Atividade Extra

A partir do que foi apresentado neste módulo, principalmente no processo de publicação de aplicativos para o mercado Brasileiro, recomendo a leitura do trabalho acadêmico intitulado **"A Economia de Aplicativos no Brasil"** (MANDEL e LONG, 2017) – disponível no Google Acadêmico. Baseado nas tendências globais, o trabalho apresenta que é provável que os empregos na indústria continuem a diminuir, enquanto a necessidade de trabalhadores da Economia de Aplicativos (App Economy) aumenta de forma exponencial. Ao longo dessa pesquisa, será possível refletir que os aplicativos para celulares estão se tornando a porta de entrada para a Internet. Com sua grande economia e forte demanda, o Brasil tem a oportunidade de se tornar um dos principais players na economia global de aplicativos.

Referência Bibliográfica

ARRUDA, E. P. **Fundamentos para o Desenvolvimento de Jogos Digitais**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.

FANCHI, C. **How to Publish an App on the Google Play Store**. Dallas Parkway, 2022. Disponível em: < https://backendless.com/how-to-publish-an-app-on-the-google-play-store/ >. **(Acesso em 04/07/2023)**

HINDI, D. **How to Publish an App to the App Store**. San Diego - Estados Unidos. 2023. Disponível em: < https://buildfire.com/how-to-publish-an-app-the-app-store/ >. **(Acesso em 04/07/2023)**

PATEL, B. **How Much Does It Cost to Put an App on the Apple App Store?**. 2023. Disponível em: < https://www.spaceotechnologies.com/blog/cost-to-put-app-on-app-store/ > **(Acesso em 04/07/2023)**

OBEDKOV, E. **Sony releases guide on how to pitch your indie game to PlayStation**. Dubai, UAE. 2021. Disponível em: < https://gameworldobserver.com/2021/03/24/sony-releases-guide-on-how-to-pitch-your-indie-game-to-playstation >. **(Acesso em 04/07/2023)**

STATT, N. **Microsoft now lets anyone create and publish Xbox games**. Vox Media, Llc.2017. Disponível em: < https://www.theverge.com/2017/3/1/14784684/microsoft-xbox-one-windows-10-indie-game-development >. **(Acesso em 04/07/2023)**

XSOLLA. **Self-publish on steam: the ultimate guide**. Xsolla (EUA), Inc. 2023. Disponível em: < https://xsolla.com/blog/self-publish-on-steam-the-ultimate-guide >. **(Acesso em 04/07/2023).**

Atividade Prática 13 - Processo de Publicação do Jogo.

Título da Prática: Publicação de Jogos na Steam.

Objetivos: Analisar o processo de publicação de jogos na Steam.

Materiais, Métodos e Ferramentas: Browser (navegador) e ferramenta de edição de textos.

Atividade Prática

Roteiro



1º. Passo) Leia atentamente o texto:

A plataforma de distribuição digital da Valve Corporation para videogames, o Steam, tornou-se uma potência na indústria de jogos desde seu lançamento em 2003. Com milhares de usuários ativos, é uma das plataformas mais populares para jogos de PC, oferecendo uma vasta gama de jogos, desde os principais títulos AAA até joias independentes. Não apenas permite que os usuários comprem e baixem jogos, mas também oferece recursos como atualizações de jogos, matchmaking, redes sociais e muito mais. Com sua enorme base de usuários e ampla gama de recursos, o Steam é obrigatório para qualquer jogador de PC. Um dos aspectos mais empolgantes é sua vitrine digital, que oferece aos desenvolvedores a oportunidade de vender suas criações diretamente para fãs de todo o mundo. A interface amigável do Steam permite que os jogadores naveguem, comprem e baixem novos jogos com facilidade.

2º. Passo) Acesse o site oficial do Steam e procure pelo trailer de um jogo que foi produzido por um estúdio independente e verifique a estrutura do trailer e da página de divulgação do jogo.

Quando se trata de vender seu jogo, é importante ter em mente que o Steam recebe uma comissão de 30% sobre cada venda realizada. Isso significa que você receberá 70% do preço de venda, com os 30% restantes indo para o Steam.

Também existem práticas recomendadas a serem seguidas ao criar sua listagem de lojas. Isso pode incluir a criação de um trailer atraente, com descrições de jogos claras e concisas e a utilização de capturas de tela para mostrar os recursos e gráficos do seu jogo.

3º. Passo) Desenvolva um relatório técnico que aponte a importância da elaboração de um trailer de divulgação do seu jogo para conseguir captar os

clientes.



Você deverá enviar o seu relatório técnico seguindo o formato ABNT e contendo entre 1.000 a 1.500 caracteres (com espaços), desconsiderando as referências bibliográficas. Na montagem desse documento, será permitida a utilização de imagens, gráficos e demais elementos para facilitar a compreensão da sua ideia.

Para facilitar a construção desse documento, você poderá apresentar a resposta das seguintes questões:

Gabarito Atividade Prática

Embora os trailers não sejam obrigatórios, é uma peça de marketing inestimável que você deve considerar ter em sua página do Steam desde o início. De acordo com DEALESSANDRI (2020), devemos nos certificar de ter algum tipo de vídeo desde o primeiro dia, não precisa ser um trailer completo, pode ser apenas um vídeo teaser, pois esse recurso irá chamar a atenção dos jogadores.

Para o Steam, não precisamos necessariamente de teasers animados, mas principalmente trailers de jogabilidade, pois o visitante busca informações sobre o conteúdo do jogo em primeiro lugar. Segundo DEALESSANDRI (2020), o que define um bom trailer depende do tipo de jogo que vamos construir, mas há pelo menos uma regra de ouro a seguir como um indie: não devemos fazer um vídeo longo.

O trailer é a primeira coisa que alguém pode assistir para ter uma ideia de como é o seu jogo. Essa será sua primeira impressão. Por esse motivo, devemos manter o trailer em um ritmo acelerado e estruturado. Além disso, não pode ser apenas uma sucessão de filmagens sem objetivo. Da mesma forma que você se deu ao trabalho de estruturar as descrições do seu jogo, deve haver alguma lógica no seu trailer. Por exemplo, podemos iniciá-lo

com cenas introdutórias antes de entrar em uma jogabilidade mais detalhada.



De acordo com DEALESSANDRI (2020), podemos iniciar o trailer com uma [filmagem] introdutória sobre o mundo do jogo e, em seguida, avançar na linha para a segunda jogabilidade, depois mostrar a jogabilidade minuto a minuto e depois finalizar com um grande desafio que o jogador poderá enfrentar.

Referências Bibliográficas

DEALESSANDRI, M. **How to get the most out of your game's Steam page**. 2020. Disponível em: < https://www.gamesindustry.biz/how-to-get-the-most-out-of-your-games-steam-page#section-3 >. **(Acesso em 05/07/2023)**

- Como funciona o processo de criação de um trailer?
- Qual é a importância da construção de um trailer para promover o seu jogo?
- Quais são as vantagens que os estúdios independentes obtêm ao criar e publicar o trailer do seu jogo para o público da Steam?

Ir para exercício